



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
Main Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2017

Die neuste Mode im Management? Big Data

Rost, Katja

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-143595>
Newspaper Article
Published Version

Originally published at:

Rost, Katja. Die neuste Mode im Management? Big Data. In: NZZ am Sonntag, 26 November 2017, p.18.

Die neueste Mode im Management? Big Data

Riesige Datenmengen sollen unser Leben als Kundinnen und Kunden bequem und einfach machen. Das klingt leider besser, als es ist



Katja Rost

Täglich erreichen mich Einladungen zu Vorträgen, zu Studien, zu Diskussionsrunden. Das Thema: Big Data. Absender sind Forschungsinstitute, Beratungsfirmen oder Business Schools. Kaum ein anderes Thema verspricht derzeit mehr Aufmerksamkeit, kaum ein anderes Thema lässt sich auf fast alles und jeden anwenden. Manager, Wissenschaftler und Politiker haben darum das Thema Big Data sofort in ihre Tagesordnungen aufgenommen. Big Data verkörpert alle Merkmale einer Managementmode.

Eine solche Mode ist die vergängliche kollektive Überzeugung, dass eine bestimmte Managementtechnik zu rationalem Fortschritt führen wird. Und Big Data wird von den Beteiligten als neu, progressiv und innovativ wahrgenommen. Ihre Anwendung verspricht objektive Lösungen für als dringend empfundene Probleme. Es geht etwa um individualisierte Modelle für Kunden, Mitarbeiter, Patienten und Bürger beziehungsweise um deren effiziente Steuerung

und Kontrolle. Ein Schlüsselfaktor soll dies leicht möglich machen: der Zugriff auf enorme Mengen vorhandener Daten ohne grossen Aufwand. Sie stammen etwa aus GPS-basierten Ortungsdiensten, tragbaren Sensoren, sozialen Netzwerken oder Internetapplikationen. Im Gegensatz zu traditionellen, aber zeitintensiven Methoden wie Kundenumfragen verspricht Big Data: grosse Erkenntnisse in kürzester Zeit zu geringen Kosten. Berater, Wissenschaftler oder Journalisten - kurz: die Trendsetter der neuen Mode - greifen das Konzept auf, beschwören die enormen Potenziale und warnen uns davor, den Anschluss zu verlieren.

Im Nachhinein entpuppen sich die meisten Managementmoden indes als Mythos, weil sie die Erwartungen nicht erfüllen. Dies ist auch bei Big Data zu befürchten.

Erstens entsteht aus Big Data nicht selten ein Datenbrei, der statt neuer Erkenntnisse Scheinzusammenhänge hervorbringt. Etwa, dass Scheidungsraten mit dem Pro-Kopf-Butterverbrauch ansteigen oder Suizide durch den Import ausländischer Autos. Auch Big Data benötigt Hypothesen und Theorien.

Zweitens sind die Daten oft viel weniger detailliert als uns suggeriert wird. Es fehlen Informationen wie Angaben zum Bildungsstand, zum Einkommen oder zu den Motiven. Für viele Zwecke ist Big Data damit nur bedingt geeignet und muss ergänzt werden.

Drittens sind Resultate aus Data-Mining-Algorithmen für Nichtexperten schwer nach-



So wird durch Big Data etwa aufgedeckt, dass Skianzüge sich kurz vor Winteranbruch am besten verkaufen.

vollziehbar. Dies eröffnet Spielraum für subjektive Interpretationen und beschneidet die Unabhängigkeit der Aussage.

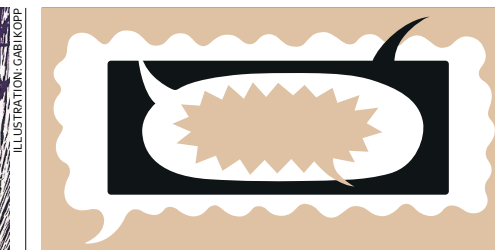
Viertens führt der hohe Aufwand nicht selten zu trivialen Ergebnissen. So wird durch Big Data etwa aufgedeckt, dass Radfahren zu Zeiten der Rush-Hour schneller ist als Autofahren oder dass Skianzüge sich kurz vor Winteranbruch am besten verkaufen.

Fünftens verhalten sich viele Personen strategisch, wenn sie wissen, dass ihre Daten ausgewertet werden. Bereits heute bieten Internetapplikationen und soziale Netzwerke Taktiken an, um den persönlichen Einfluss des Nutzers zu steigern. Big Data misst dann lediglich dessen Gewandtheit, aber nicht seine Einstellungen oder sein Verhalten.

Schliesslich ist auch darauf hinzuweisen, dass viele Big-Data-Anwendungen das Vertrauen in die Unternehmen oder den Staat aufs Spiel setzen. Kein Mitarbeiter, kein Kunde, Patient oder Bürger möchte permanent überwacht werden.

Trotzdem springen wir alle auf den Big-Data-Zug auf. Dies lässt uns modern und zeitgemäss erscheinen. Der Mitläufereffekt dürfte solange anhalten, bis der Rummel um Big Data einer allgemeinen Ernüchterung weichen wird. Und eine neue Managementmode bessere Lösungen verspricht.

Katja Rost ist Soziologieprofessorin an der Universität Zürich.



Showdown

Claudia Mäder

Ibims 1 Nullchecker! Diese krasse Einsicht überkam mich letzte Woche beim Fernschimmeln, mitten im Merkeln auf Beinahe-Jamaika. Das ist natürlich gelogen. Denn damals vor neun Tagen, als ich auf dem Liegebett am Strand einer entlegenen tropischen Insel, die nicht Jamaika war, aber Jamaika hätte sein können, das gepflegte Nichtstun praktizierte, in dieser seligen Zeit also war ich noch gar nicht in der Lage, meine Gedanken in derart komplexen alphanumerisch-anglizierten Kombinationen zu fassen. Geschweige auszudrücken. Völlig vollpanne im Kopf! Null Plan von gar nix hatte ich bis zu dem Moment, da ich, sozialt vor mich hingammelnd, von einem Bruh aus der Ruh gerissen wurde. Bro, hätte ich ja vor dem 17. November noch gesagt, aber jetzt weiss ich es besser, weil der soziallebendige Bruder auf der Nebenliege an dem Tag eine starke Message mit mir teilte, die er Sekunden zuvor von Langenscheidt her erhalten hatte: Das Jugendwort des Jahres ist da!

Es heisst «I bims», sagt Langenscheidt, aber das heisst gar nichts. Ich bin - na und? Diese Wahl ist ein epic Fail, das sieht wohl jedes I ein, das bimst, ergo denkt, ergo nicht fully mindfucked ist. Man braucht nur mal locker die Langenscheidt-Longlist durchzuscrollen! Da waren Wörter von ganz anderem Kaliber am Start, unlügbar littere - also hippere, für uns Gestrige -, die bei den tinderjähri-gen Votern auch viel besser reüssierten als das emojislose Gefüge aus verstümmeltem Pronomen und überfrachtetem Verb. Aber die Likes der Crowd hatten in diesem Game kein Gewicht. Ein Krampfadergeschwader aus 20 Experten machte sie kurzerhand nieder, denn was die jungen Leute von heute beim Quatschen so schätzen, wissen die Silberhäupter doch noch immer am besten. Also alles fit: I bims 1 Nullchecker und i finds 0 Problem.

Medienkritik

Wieso unsere Debatten amerikanisch sind



Katharina Bracher

«Medien interessieren sich nicht für Menschen mit Behinderung», sagte kürzlich einer meiner Interviewpartner. «Da finden sie Transsexuelle interessanter.» Er meinte das nicht zynisch, sondern faktisch. Und er hatte recht, wie ein Blick in die Medientatenbank zeigt: Im letzten Jahr wurde mehr als doppelt so oft über Transsexuelle berichtet wie über Behinderte. Zum Vergleich: Aktuelle Schätzungen von Medizinern gehen davon aus, dass 0,25 Prozent der Bevölkerung transsexuell sind. Etwa 4 Prozent der Schweizer Einwohner sind schwer körperlich oder geistig behindert.

Diskriminierung von und Gewalt gegen Transmenschen ist eine traurige Realität, die mediale Beachtung verdient. Aber wieso bleiben Behindertenrechte ein derart marginales Thema, obwohl die gesellschaftliche Relevanz auf der Hand liegt? Wie kann es passieren, dass das Anliegen einer so kleinen Gruppe in eine Grundsatzerdebatte über Geschlechtsidentität mündet?

Was immer über die Präsenz eines Themas in den Medien bestimmt: Die Zahl der potenziell Betroffenen ist es nicht. Im vorliegenden Fall liegt der Grund für die



Was immer über die Präsenz eines Themas in den Medien bestimmt: Die Zahl der potenziell Betroffenen ist es nicht.

Missrepräsentation vielmehr in der Amerikanisierung der Debatte. Welche Diskurse Medien aufgriffen und welche sie links liegen liessen, sei von Machtstrukturen bestimmt, sagt der Intellektuelle Noam Chomsky. Er unterteilt Medien in Elitemedien und Mainstreammedien. Erstere sind in den USA etwa der Sender «CBS» und die «New York Times». Die Mainstreammedien sind die anderen, die nach der Pfeife der Elitemedien tanzen. Die ganz grossen gesellschaftlichen Debatten des Westens, sagt Chomsky, würden von diesen Elitemedien angestossen. Genauer: von den amerikanischen Elitemedien. Die kulturelle Hegemonie der USA gehe so weit, dass sie gesellschaftliche Diskurse in Europa und damit die politischen Traktanden mitbestimme. Und so führte die sogenannte WC-Frage, die ihren Anfang in den USA nahm, zu einer Debatte in Europa. Beispiele für diesen Effekt gibt es viele. Um nur eines zu nennen: Das Gebaren von Männern wie Harvey Weinstein war in feministischen Medien schon längst Thema. Doch erst als die «New York Times» den Fall aufgriff, kam die Debatte in Fahrt und wurde in Europa aufgenommen.

Der Amerikanisierung der Debatten könne sich niemand entziehen, sagt Chomsky. Womit er unrecht hat. Redaktionen, die ihre Recherchen nicht nur von etablierten Institutionen und von Debatten in den Sozialen Netzwerken anstossen lassen, sondern von Menschen und ihrer Lebenswelt ausserhalb der Medienblase, bleiben eigenständig in ihrer Themensetzung.

Grenzerfahrung

Männer an die Leine!



Barbara Hofmann

Am 25. November ist der Internationale Tag der Gewalt gegen Frauen. Nachdem die Kolumnistin tags zuvor noch die Statistik der Gewalt gegen Frauen und Kinder gelesen hatte, fiel sie in einen alpträumelasteten Schlaf. Im Traum schritt sie den Grabsteinen der 28 Frauen und 14 Kinder entlang, die laut verschiedenen Statistiken im Durchschnitt jedes Jahr in der Schweiz im Zusammenhang mit häuslicher Gewalt umgebracht werden.

Vergewaltigungen, versuchte Tötungen und Mordfälle - häusliche Gewalt ist laut dem Europarat die Hauptursache für Todesfälle oder Gesundheitsschädigungen bei Frauen zwischen 16 und 44 Jahren. Häufiger als Verkehrsunfälle und Krebs zusammengefasst. Im Tessin muss die Kantonspolizei mindestens alle zwei Tage wegen Gewaltverbrechen gegen Frauen oder Kinder ausrücken. Tendenz steigend. Bildung, sozialer Status, Alter oder Religionszugehörigkeit spielen dabei keine Rolle.

Am meisten gefährdet sind Frauen und Kinder in der eigenen Wohnung. Dort, wo man eigentlich Schutz, Geborgenheit und Unterstützung erfahren sollte. Die Tessiner Pflegekinderorganisationen suchen immer

wieder händeringend nach Notaufnahmestellen für Kinder, die sofort aus dem häuslichen Umfeld herausgenommen werden müssen. Ohne fachliche Hilfe und ohne Frauenhausplatz, der leider allzu oft fehlt, schaffen es gewaltbetroffene Frauen und Männer nicht, aus der Gewaltspirale auszusteigen.

Die Kolumnistin träumte weiter. Sie las die Statistik der durch Hunde verursachten Unfälle in der Schweiz. Es handelt sich um einen minimalen Bruchteil dessen, was Männer anrichten. Sie sah die rasche Reaktion des Staates auf Hundeanfälle, die im Bereich häuslicher Gewalt dagegen stets ausbleibt. Und dann sah sie die Lösung vor sich: Männerhalteprüfungen für Frauen vor der Ehe mit Männern, Selbstverteidigungskurse in begriffen. Obligatorische Erziehungskurse für die Aufzucht von Söhnen, Leinen- und allenfalls Maulkorbpflicht für Männer, die sich im öffentlichen Umfeld bewegen und Frauen gefährlich werden könnten. Listenpflicht für Männer, die aggressive oder übergriffige Tendenzen zeigen könnten - alles das schwebte im Traum als rasche gesetzliche Lösung und dringendst notwendige staatliche Massnahme an ihr vorbei.

Dann wachte sie auf. Ging zum Bäcker und bekam ihr Brot in einem Papiersack, auf dem stand: «Für viele Frauen ist Gewalt das tägliche Brot. Ich sage Nein!» Ein Dank an die Tessiner Bäcker, die das verdrängte Thema damit in den normalen Alltag holen!

Barbara Hofmann ist Korrespondentin für deutschsprachige Medien im Tessin.